



Chubu

ビジネスづくり編



鈴盛農園 マネージャー
鈴木 薫 さん



鈴盛農園 代表
鈴木 啓之 さん

ニンジンづくりの先に— “カッコいい”日本の農業づくり

「新しいビジネスづくり」に成功している中部の中小事業者を紹介する特集。今回は、2012年に開業した鈴盛農園。自動車関連会社から経験のない農業の世界に転身。「日本の農業をカッコよく!」をテーマに掲げ、失敗を乗り越えながら日本全国から注目される農家となったストーリーを紹介する。



常識外の農法で“甘すぎるニンジン”を開発した若きチャレンジャー



農業が“不人気”なら、その逆をいけばいい

天候不良による不作、高齢化と後継者不足、高額な初期投資が必要で個人では事業をはじめられない。近年、農業といえばこのようなマイナスイメージが先行する。事実、1965年に1,100万人を超えていた農業従事者は、2018年には175万人まで減少し、平均年齢も約66歳となっている(農林水産省「農業労働力に関する統計」)。

その農業に2009年、経験のない25歳の若者が飛び込んだ。現在、鈴盛農園の代表を務める鈴木啓之ひろゆきさんだ。農業の従事者は高齢者が多く、また、多く



「ビジネスとしての“農業”の可能性を感じてこの道を選んだ」と語る鈴木さん(36)

は自身で消費者に販売しないため価格決定権もない商売。しかし、「その逆をしたら面白い。これまでの経験を生かしてビジネス感覚を持ち込み、“若い”農家が“自分で販売”すれば成功する可能性がある」と鈴木さんは考えた。

そこで、結婚を機に自動車関連会社を退職し、出身地の愛知県碧南市で農業をはじめようことを決意した。ところが、農地を借りたいと行政機関に問い合わせたが、紹介してもらえなかった。碧南市の既存農家は十分に生計が成り立っており、耕作放棄地さえ少ない状況だったからだ。「退職までして、諦めるわけにはいかない」。まずは、300坪の農地で農業をしていた祖母に弟子入りした。同時に祖母の薦めもあり愛知県立農業大学校に通い、その後の農業法人で働いた期間を含め、3年間の修行生活を送った。

事業者 DATA

屋号: 鈴盛農園 代表者: 鈴木啓之 開業: 2012年 従業員数: 8名(2019年9月現在)
事業内容: 野菜生産、野菜直売・加工、農業プロデュース、イベント出店・企画、農業マーケティングなどの講演講師・コラム執筆
所在地: 碧南市日進町3-65 TEL: 0566-93-4093 URL: <http://www.suzumori-farm.jp>



意気込みとは裏腹に、収穫はたったの5玉

師匠の祖母に、水や肥料の量について尋ねても「お天道様に聞いてみな」という答え。「経験と勘が頼りの農業では未経験者が農家をはじめめることは難しい」と感じた。そこで鈴木さんは農業にITを取り入れて、未経験者でもすぐに農家として就労できる仕組みをつくりたいと考え、豊橋技術科学大学の社会人向け実践教育プログラムを履修し、IT食農先導士※の称号を取得した。

再び農家となるため農地を探し、ついに約900坪の土地を紹介してもらうことができた。一般的な農家が専業として自営できる最低限の面積だった。ただそれは、誰も手をつけたがらない耕作放棄地。それでも鈴木さんは、その農地で2012年に開業。掲げたテーマは「日本の農業をカッコよく!」。若者で活気あふれる農業を志し、キャベツを3,000玉育てる計画を立てた。しかし、採れたのは5玉だけ。今日の鈴盛農園の快進撃は、絶望的ともいえる1玉100円で500円の売上からはじまった。

※IT食農先導士:最先端のIT技術を導入し、システムティックな工学的技術と思考力、環境即応型の農学的技術と思考力を有する者



農業の常識から外れた塩分に注目し 生まれた“甘すぎるニンジン”

三河湾に面し、矢作川の河口が広がる碧南市。海や



砂地栽培によりニンジン特有の臭みが抑えられる

川が近い影響からか、土は湿気をあまり含まず砂のようにサラサラで、根菜類の栽培に適している。そのため碧南市ではニンジンが多く栽培され



濃厚な味わいにするために、乳酸菌や海藻エキスなどの有機質肥料で土壌微生物を増やしている

ており、鈴木さんもニンジンづくりを中心に据えた。しかし、他の農家と同じ品種、同じ販売先は選択しなかった。「これまでと同じでは意味がない。カッコいい農家を子どもたちや若者に見てもらい魅力を感じてもらおう」と決めていたからだ。

開発を進めたのは、11月から4月にかけて収穫できる「スイートキャロットリリィ」。真冬になると糖度が11度を超える美味しさにこだわった“甘すぎるニンジン”だ。これは一般的な桃やスイカに近い水準。ニンジンの平均糖度6度を大きく超える甘さがある。ではなぜ、それほどの糖度を出せたのか。その秘密が“塩”。海の近くでつくられたトマトは海の塩分を吸って糖度が高い、という事例から着想した、常識外の農法だった。農地を細かく分け、塩分量を調整した塩(海水塩)をニンジンの葉に散布しながら栽培し、収穫しては糖度を計測。試行錯誤を重ねた末、ついに高い糖度のニンジン栽培するのに適した塩分量を突き止めた。



畑に海水塩をまくことでミネラルを与え、糖度を高める独自の「塩農法」



手で草を取りながら生育を観察し、収穫も一本一本手掘りするほど大切に育てている

ただ、良いものをつくっても売れなければ経営は成り立たない。鈴木さんはカッコいい農業をテーマとする経営者として動き出していく。

カッコいい農業を、子ども、若者、そして全国の農家へ



他に比べて1.5倍以上の価格がつくニンジンに

「何をすれば消費者の注目を集められるのだろうか」。碧南市ではすでにニンジンの栽培量が豊富で、160ものニンジン農家が存在するため、抜きん出るには圧倒的な差別化が必要だった。そこで考えたのが、スイートキャロットリリィのブランド認知を高めていく

販売方法。パンフレットやPOPの作成から、野菜袋やダンボール箱といったパッケージにもオシャレなデザインを施した。また、メディアに取り上げられるようマスコミ各社にプレスリリースを送付した。

販売先としては、ニンジンとは異なる野菜を中心に栽培し、近隣にあって人口も多い岡崎市に狙いを定めた。

自身で営業をはじめ、今では三河エリアを中心に小売店などで50店舗、その他、飲食店や生協、卸会社などをあわせて80店舗で販売している。

農業団体や卸売市場を通すことなく販売しており、オリジナルパッケージもあいまって、鈴盛農園とスウィートキャロットリリーのブランド認知は向上した。



消費者の目を引き印象に残るパッケージデザイン



「ニンジン嫌いのうちの子がバクバク食べてくれる」と喜びの声が続出！鈴木さんのお宅ではお子さんたちのおやつ代わりにもなっている

他のニンジンが1袋140円のところ230円と、1.5倍以上の高値で販売されることもある。さらに、多くのメディアに取り上げられるようになり、鈴木さんは“注目される農家”という一つの目標を達成した。

圧倒的な商品力と直接取引で価格決定権を持つ

「価格決定権があるのは、直接取引をしているからこそ。そして圧倒的な商品力が必要」と鈴木さんは語る。そのどちらにも注力したからこそ、現在のモデルが成り立っている。直接取引のメリットはそれだけではない。飲食店や消費者から何が求められているかを聞き、それを次の商品開発に反映することも続けている。サラダに使うためにカラフルな野菜がほしいという声から開発した7色のニンジン「しあわせのカラフルにんじん」は、ミシュランガイドで2つ星となったレストランにも採用されている。



鈴木さんによれば、ここにも戦略があった。7色の品種は独自で改良したものではなく、さまざまな種苗会社が開発したものの組み合わせなので、競合に真似されてしまう。ニーズをキャッチしてすぐに実行したことで、“カラフルなニンジンなら鈴盛農園”というブランドイメージを築き、先行者利益を獲得した。



見た目や味だけでなく、赤はリコピン、紫はアントシアニンなど、さまざまな栄養を摂取可能。下の写真はカラフルにんじんの“栄養満点アヒージョ”

“良いもの”をつくるだけでなく、“求められるもの”を“どこよりも早く”提供するという発想。これこそ農業に足りない鈴木さんが感じていたビジネス感覚なのだ。

売上増とともに夢だった人材の雇用を促進

商品開発と販路拡大により、順調に売上を伸ばしてきた鈴盛農園。はじめは夫婦二人で営んでいたが、耕作面積・生産量の増加とともに、就農希望者の受け入れを開始した。そこで本格的に稼働させたのがITツール。「大規模農家であれば、自動運転による耕作や、ロボティクスの導入による水や肥料量の一括管理、仕分け作業の自動化などができる。しかし、小規模農家には初期投資を回収するだけの効果は見込めない。適していたのは、センサーの利用と、バックオフィスのIT化だった」と鈴木さんは導入の背景を語る。

例えば、気温の上昇によるビニールがけのタイミングは、気温湿度センサーで一定基準になったらかけるルールを設定。他にも水やりなら水分量計を使用し、労働日報管理や販売管理、会計にもITツールを導入してスマートフォンでさまざまな管理業務をできるようにした。これにより、新人でも明確な基準にしたがって農作業ができるようになり教育期間も短縮。結果として、人材の受け入れも積極的に進めることにつながった。



作業内容、使用した肥料・種苗など、従業員が「どこでどう働いたか」を記入・確認できる農業日誌アプリ

若者が楽しく、やりがいを持てるよう農業をイメージチェンジ

鈴盛農園は現在、約8,000坪の耕作面積を持ち、ニンジンを中心にサツマイモやタマネギなどを栽培し、20～30代の従業員8名が働く規模にまで拡大している。当初は借りたくても紹介すらしてもらえなかった農地は、碧南市が発信している情報を素早くキャッチするなど、情報収集を活発にすることでスムーズに借りられるようになった。「借りる決断が早くできるのは、新たな人材をすぐ戦力にできるから」という。

農業をカッコいいものにしたい、という思いの実現も進みつつある。ITツール導入によるスマートなイメージ

に加え、ニンジンカラーでもあるオレンジ色のつなぎを身にまとうて農作業をしている。「オレンジ色のつなぎでトラクターに乗る姿が戦隊ヒーローのようだと子どもたちから憧れの眼差しを向けられたりします」と、充実した笑顔で語ってくれた。



☆ 広大な農地が広がる碧南市において、鈴木さんの姿は一際目立っている

また、若い従業員も活躍の場は多い。飲食店勤務の経験がある女性従業員の提案にもとづいて、彼女を責任者としたキッチンカーで、カラフルで機能性の高い野菜をプラスした団子の販売を



おやつ×農業エンターテイメントとしてスタートした「ダンゴヤハチ」

今冬から開始した。これは、「農業は作物をつくるだけでなく、自分の個性を生かして幅広くチャレンジできることを若者に知ってもらいたい」という思いを込めた取り組みでもある。

いつしか若者の就職先の選択肢に農業が当たり前になることを鈴木さんは願っている。

日本全国の農家が持続するための仕組みづくり

鈴木さんの農業をカッコよくする取り組みは、全国へと広がっていく。自身のビジネス感覚や独自開発した栽培方法を、鈴盛農園のためだけでなく、日本の農作物の価値向上へと転換し、農業を“儲かる”“カッコいい”職業へと変えることで、若者の新規就農につなげていこうとしているのだ。

全国農業青年クラブ連絡協議会の活動もその一つ。2014年に第61代会長に就任し、全国の若手農家と交流。自身の活動内容を共有するとともに、自らも各地の

先進的な農家から多くのことを学んだ。この活動によって生まれた構想が、鈴盛農園のネットワーク化。天候だけはどうにもならない。だから、消費者からの「鈴盛農園のニンジンがほしい」という要望に、いかにして応え続けるかを鈴木さんは考えた。

出した答えは、他地域で提携農家をつくりノウハウを提供していくことだった。碧南市で天候不良などによる農業災害があっても、他地域で、同じ濃さや甘さのあるニンジンが栽培できていれば、そこから取引先に提供できる。経営がうまくいっていない農家にノウハウを提供して栽培してもらうことで、農家の収入増につなげることも視野に入れ、ネットワーク化により日本中に良質なニンジンをお届けしようと動きだした。実際に、岩手県から研修に来た若者が、「いつか鈴盛農園の岩手農場を開きたい」と熱望しているようだ。

より多くの雇用が生まれる農業を目指して

多くの農家が家族経営なのは、不安定な天候が収入に直結するため、固定費となる人件費の支払いが難しいことが理由にあげられる。鈴木さんも就農者を増やしたい思う一方で、まだ雇用を拡大できていないというジレンマもある。しかし、就農希望者にチャンスを与え、他の農家も持続的な経営ができるように支えていくという姿勢は変わらない。“甘すぎるニンジンづくり”を出発点に、“カッコいい農業づくり”そして“幸せな社会づくり”へ。鈴木さんの挑戦はこれからも続いていく。

文：(株)広瀬企画 広瀬 達也
写真：☆印/西澤 智子 撮影
無印/鈴盛農園 提供



Chubu
ビジネスづくり編

鈴木さんからのメッセージ

農業が産業として発展していくために、他産業から学んでいきたい。

農業が産業としてさらに発展していくためには、さまざまな産業から学ばなければならないと思っています。そのためにも、「中経連」読者の皆様のお力を貸してください。また、からだを張って経済を動かす皆様の日々の健康維持に役立てるよう、今後は「高機能野菜」を多く取り揃えていく予定です。その第一弾「黒人参」は、通常のニンジンの68倍もの抗酸化作用があると証明されました。ぜひ召し上がっていただければと思っています。



鈴盛農園の商品に関する情報につきましては、ホームページ(<http://www.suzumori-farm.jp>)をご覧ください。